

ECONOMIA CRIATIVA: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO DOS ARTIGOS PUBLICADOS NOS ANAIS ENANPAD E PERIÓDICOS DO SPELL DE 2010 A 2015

**Francisco Laurêncio R. da Silva
Daniel Paiva Mendes
Douglas Willyam R. Gomes
Elane Maria de Castro Coutinho
Marcos James Chaves Bessa**

RESUMO

A área da economia criativa ou indústrias criativas tem sido cada vez mais explorada nos trabalhos realizados. Objetivando uma utilização frequente e uma ótima ferramenta geradora de renda através da própria cultura local, o que demonstra a profissionalização das empresas e o comprometimento com o bem-estar pessoal, profissional dos colaboradores e o social visando o desenvolvimento não só da entidade, como também da comunidade. Com o intuito de contribuir no campo de estudo da economia criativa, este artigo realizou um estudo bibliométrico, por meio das publicações de artigos do EnANPAD e SPELL sobre as indústrias criativas nos períodos de 2010 a 2015, tendo como o objetivo identificar as principais contribuições na área da economia criativa nos anais e periódicos desses dois importantes instrumentos da administração. Quanto às categorias identificadas na pesquisa, conclui-se que é uma área considerada nova, mas as produções científicas estão acompanhando a evolução do empreendedorismo, principalmente com o quantitativo de publicações e estudos realizados nos encontros do EnANPAD e SPELL, que aparentemente contou com poucas publicações nos anais.

Palavras-chave: Economia criativa. Empreendedorismo. Cultura brasileira. Bibliometria.

ABSTRACT

The area of creative economy or creative industries has been increasingly explored in the works performed aiming a frequent use and a great tool generating income through the own local culture, which shows the professionalization of the companies and the commitment with employees' personal and professional well-being, as well as social commitment aiming the development not only of the company but the community around it. Intending to contribute in the study field of creative economy, this paper performed a bibliometric study through paper publications from EnANPAD and SPELL on creative industries from 2010 to 2015 that have as goal to identify the main contributions for the creative economy area in the annals of EnANPAD and journals SPELL between 2010 and 2015. On the categories identified in the research, it is concluded that is an area considered new, but the scientific production are following the evolution of entrepreneurship, especially with the amount of publication and studies performed in the EnANPAD and SPELL conferences, that apparently counted with few publications on the annals.

Keywords: Creative economy. Entrepreneurship. Brazilian culture. Bibliometry.

1 INTRODUÇÃO

A Lei de Bradford fala que a produtividade dos periódicos permite fazer a estimativa do grau de relevância e o valor das publicações em uma determinada área do saber e verificar se os periódicos que produzem o maior número de artigos sobre um assunto; formam um núcleo de maior qualidade e valor de contribuição para aquela determinada área (ARAÚJO, 2006).

Sendo a economia criativa uma mistura de valores econômicos, culturais e sociais, consegue alcançar um diferencial em relação a qualquer outro setor econômico e essa atividade cultural não esteve incluída como um componente durante boa parte da História. Além da sua importância funcional determinada pela maneira como se usam, os seus produtos e serviços têm uma identidade cultural que pouco ou nada tem a ver com os custos da sua produção ou utilidades (NEWBIGIN, 2010).

Tem como seu grande diferencial, a criatividade que se faz presente nos mais distintos lugares, envolvendo atividades relacionadas a *design*, estilo, arquitetura, artes, produção cultural, cinema, turismo, mídia, entre vários outros pontos, evidenciando uma comunidade com suas práticas, hábitos, valores, costumes e riquezas (UNESCO, 2010).

Com o intuito de encontrar as principais cooperações, a pesquisa dos artigos publicados nos anos de 2010 a 2015 teve por base os dados da EnANPAD – Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração e o portal de periódicos SPELL® *Scientific Periodicals Electronic Library* de 2010 a 2015, o qual conta com cerca de 31.840 documentos, 8.664.405 downloads e 13.970.464 acessos através da biblioteca eletrônica.

Fez-se necessário um estudo bibliométrico dos artigos publicados nos anais EnANPAD e periódicos SPELL de 2010 a 2015 para poder identificarmos quais as contribuições das produções científicas dos periódicos do EnANPAD e SPELL para a temática Economia Criativa.

Por meio desta análise bibliométrica, verificou-se a relevância das publicações no EnANPAD e SPELL sobre a importância da economia criativa, a sua implantação e fomentação como forma de oferecer oportunidades de desenvolvimento e, ao mesmo tempo, salientou-se a valorização e preservação da cultura local trabalhando simultaneamente o fator econômico e a interação social, através das ações desenvolvidas.

Acreditando na importância do tema para o mundo acadêmico, o trabalho foi desenvolvido para fornecer sustentação teórica a respeito de estudos sobre economia criativa e a sua contribuição para a economia geral e a preservação e resgate de uma identidade cultural. A viabilidade da pesquisa se deu principalmente pelo

acesso aos anais do EnANPAD e aos periódicos do SPELL, por meio da realização de um levantamento bibliométrico da produção científica sobre economia criativa de 2010 a 2015.

Diante disso, faz-se necessário um questionamento sobre a temática para, a partir desse ponto, compreender melhor a finalidade desse trabalho: Quais as contribuições das produções científicas dos periódicos do EnANPAD e SPELL para a temática Economia Criativa?

O objetivo geral dessa pesquisa é identificar as principais contribuições para a temática da Economia Criativa nos anais do EnANPAD e periódicos SPELL entre 2010 e 2015. Quanto aos objetivos específicos, buscar-se-á, por meio da literatura e de estudos essenciais da economia criativa, identificar e reunir as produções científicas para realização de um levantamento de dados, através do estudo bibliométrico, coligindo e averiguando as publicações científicas nos anais do EnANPAD e no portal de periódicos SPELL dos anos de 2010 a 2015.

Diante disso, uma das finalidades deste trabalho foi contribuir para uma percepção e análise da evolução do quantitativo já produzido, evidenciando suas diversas relações com a ciência e tipos de conhecimentos científicos empregados.

Espera-se que o presente estudo possa colaborar para o desenvolvimento de futuras pesquisas e de um número cada vez mais significativo de estudiosos interessados na área.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O SURGIMENTO DA ECONOMIA CRIATIVA

FLORIDA (2005) mostra que a economia criativa pode ser compreendida de forma simplista como um conjunto de profissionais que realizam serviços baseados no conhecimento, imaginação e criatividade, tudo relacionado às atividades nas mais diversas áreas, sejam elas na arquitetura, na propaganda, no *design*, nas publicações, na moda, no entretenimento, entre outras.

Na visão de BENDASSOLLI et al.(2009), o conceito de indústria criativa está dividido em três blocos: o primeiro relaciona a forma de produção das indústrias criativas com a criatividade como sua primeira característica, definida como “a expressão do potencial humano”; o segundo bloco foca nas características do produto e sua variedade infinita como elemento essencial, defendendo que não há limites de interpretações para a produção de uma “obra”, e o terceiro bloco se fundamenta no consumo, o qual, além de analisar comportamentos e padrões, define os artefatos como a primeira característica consumerista.

Nas palavras de ALBAGLI (2012), as organizações criativas nasceram na Austrália, na década de 90 com o processo de revitalização do capital; após a crise da década de 70. Sendo que a denominação dessas organizações é abordada mais pontualmente no Reino Unido, no final da década de 90, e constitui essencialmente as empresas que possuem como diferencial o uso da criatividade cultural e da inovação no processo produtivo, no qual ocorrerá a agregação desses elementos no produto final das indústrias criativas.

A criatividade surge com ações dentro do campo da competência e do talento peculiar de cada indivíduo, com força para a criação de trabalho e diversas formas de riquezas por meio da concepção e investigação de propriedade intelectual. A economia criativa tem por base indivíduos com capacidades criativas e artísticas, em parceria conjunta com os dirigentes e demais profissionais da área tecnológica, que fazem produtos vendáveis, sendo que o valor econômico reside nas suas propriedades culturais e intelectuais (BENDASSOLLI, 2009).

A UNESCO (2010) atribui à economia criativa como uma das melhores formas de impulsionar o crescimento econômico e representar uma alternativa para o desenvolvimento. Especialmente por ter como matéria prima base a criatividade e poder utilizar características culturais e sociais de cada país/região como vantagens no desenvolvimento de produção de bens e serviços.

De acordo com Deheinzelin (2006, p.2):

O momento fascinante em que vivemos se caracteriza por uma palavra que ainda não foi posta em prática em nossa história, principalmente por falta de instrumentos: a inclusão, inclusão essa que se faz necessária num período onde paradoxalmente existem recursos, conhecimentos e pessoas para fazer do mundo aquilo que sonhamos e merecemos, porém o que falta é vontade política, decisão, escolha [...]

A crescente importância da cadeia da economia criativa nas últimas décadas motivou o aumento do interesse pela área, fazendo com que surgisse estudiosos sobre as cidades culturais, fomentando assim, o aprofundamento da discussão sobre o sistema de produção das indústrias culturais e sua importância na economia (CAVES, 2001).

2.2.1 ECONOMIA CRIATIVA NO BRASIL

Na visão de DEHEINZELIN (2006), no Brasil, a economia criativa tem especial importância. Entretanto, apesar de o país ter na cultura uma de suas maiores riquezas, a transformação desta riqueza potencial em riqueza econômica e social fica prejudicada devido ao desconhecimento atrelado a certo preconceito entre o mundo da cultura e o mundo dos negócios.

A Secretaria da Economia Criativa (SEC) representa, a partir desta premissa, o estímulo para o Ministério da Cultura de guiar a caracterização e inspeccionamento de políticas públicas para a criação de uma nova inclusão social baseada na sustentabilidade e na diversidade cultural brasileira. Em contrapartida ao planejar, através da SEC, um “Brasil Criativo”, e querer assinalar o compromisso do Plano Nacional de Cultura com o Plano Brasil sem Miséria, através de ações para a inclusão no mercado de trabalho, e com o Plano Brasil Maior, busca a competitividade e a inovação dos empreendimentos (HOLLANDA, 2011).

Conforme a perspectiva de PIRES (2007), essa busca associa uma inevitabilidade por um desenvolvimento territorial com bases propostas à economia criativa, perpassando pela questão da implantação de verbas em componentes dos ecossistemas para assegurar que estes continuem viáveis e capazes de auto reproduzirem e de manter a sua variedade biológica e também, além de ser um fator da inclusão social.

Influenciadas por diferentes concepções econômicas, sociológicas, geográficas e ecológicas, as análises das lógicas territoriais na globalização enfatizam a importância do local, do meio ambiente, da paisagem, do ecossistema e do geossistema para o estudo do desenvolvimento e especificamente para o desenvolvimento territorial (LIMA, 2012).

O Plano da Secretaria da Economia Criativa entende por polos o conjunto de empreendimentos criativos geograficamente próximos e circunscritos a um território de pequena dimensão que incentivem o desenvolvimento da imaginação. Cabe-nos neste estudo buscar uma melhor percepção do que sejam estes centros; principalmente a partir dos conceitos e das práticas já estabelecidas junto aos Arranjos Produtivos Locais (APLs) e, ainda como podemos, em uma primeira visão, identificá-los com o intuito de potencializar as iniciativas e auxiliar na implantação de novas experiências no território nacional.

2.3.1 ECONOMIA CRIATIVA NO NORDESTE

O Plano de Ação da Bacia Cultural do Araripe para o Desenvolvimento Regional (SECULT, 2003-2006), a bacia cultural, alimenta-se das inúmeras fontes criativas que formam os mananciais de bens simbólicos que, um a um, vão desaguando no eixo que confere identidade; “(...) é cortada por uma artéria aberta que deixa fluir a seiva da cultura regional”(LUSTOSA DA COSTA, 2006, p.53).

Uma região extremamente rica em sua tão singular cultura, abrangendo campos que muitos desconhecem é o caso das histórias em quadrinhos. A parcela da história em quadrinhos no Ceará é caracterizada

principalmente por aspectos amadoristas nas relações negociais, sendo que uma parte dos artistas a considera como um *hobby* e não consegue enxergar a capacidade econômica das HQs. Este aspecto gera a falta de profissionalismo do artista e conseqüentemente o impede de intitular-se desenhista de quadrinhos, pois ele termina por desempenhar outras atividades inerentes à indústria criativa se aproximando do segmento de HQs. São elas: caricaturas, fanzines, desenhos comerciais, figurinos, charges, entre outras (SECULT, 2009).

Por isso que a economia criativa utiliza a engenhosidade do homem para gerar empregos melhores, produtos inovadores, fazendo com que o crescimento econômico floresça voltando para a sustentabilidade e programas de inclusão social para a população excluída no crescimento econômico. De acordo com o talento das pessoas e compreender a gênese social de um campo, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram para tornar necessário o desenvolvimento (BOURDIEU, 2009).

Para SILVA (2011), esses fatores ocorrem devido aos fortes traços de regionalismo na cultura brasileira. É possível relacionar símbolos e costumes, insumos da economia criativa, a determinados estados e regiões.

Conforme CEARÁ (2009), a imagem cultural do Estado do Ceará antes era vinculada às tradicionais figuras de sertanejos, cangaceiros, os quais viviam em um contexto de secas e penúrias. Essa imagem há algumas décadas, vem sendo enriquecida pela atividade do humorismo. De acordo com o ex-secretário de Cultura do Ceará, o humor é a manifestação cultural mais característica do povo cearense, sendo que Fortaleza se transformou na capital nacional do humor (BRASILEIRO FILHO, 2010).

O traço marcante da irreverência cearense não se reduz a um mero estereótipo e enfatiza a necessidade de uma viagem no tempo capaz de indicar que a tendência é das mais arraigadas na história do Ceará. Onde a partir das origens étnicas do povo cearense, seu temperamento é fortemente marcado pela sobriedade, bravura indomável, pelo destemor, audácia e resignação ao sofrimento, além do exagero (MATOS, 2000).

Tais características, dentre outras associadas à capacidade de fazer humor, podem ser observadas no comportamento de cearenses nos séculos XVIII, XIX e XX por meio de tipos populares e fatos cômicos (BRÍGIDO, 1900; MATOS, 2000).

2.2 A ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

Nas declarações de ARAÚJO (2006), a bibliometria nasceu no início do século por causa da necessidade de estudar e avaliar as atividades de produção e comunicação científica. Concebe-se como técnica quantitativa e

estatística de medição dos índices de produção e disseminação do conhecimento científico. Ainda na percepção de Guedes e Borschiver (2005), a bibliometria é um síncrono de leis e princípios empíricos que contribuem para o estabelecimento dos fundamentos teóricos da Ciência da Informação.

PRITCHARD (1969) afirma que a bibliometria é como todos os estudos que tentam quantificar os processos de comunicação escrita e é, ao mesmo tempo, objetivo e amplo, pois, em poucas palavras, elucida a essência dos estudos bibliométricos. Nas declarações de KOBASHI e SANTOS (2008), os estudos bibliométricos têm como objetivo entender o modo como se comporta uma propriedade relativamente à outra já existente, sendo que, dessa forma, no caso das publicações científicas, procura-se compreender todos os autores que trabalharam em determinado assunto; os periódicos que publicaram sobre um determinado tema; os autores considerados referência; os autores que publicaram sobre dada temática em periódico e assim por diante para que, no final, essas informações sejam cruzadas.

MACIAS-CHAPULA (1998) diz que a bibliometria é o emprego da inteligência para compreender algo que se desconhece ou de que se tem pouco conhecimento. Preocupa-se com a mensuração da produção, disseminação e uso da informação registrada com constância.

Para KOBASHI e SANTOS (1993), a bibliometria é considerada como uma metodologia de recenseamento das atividades científicas. Por meio de análise de dados que apresentem suas particularidades e com isso pode-se, por exemplo; identificar a quantidade de trabalhos sobre um determinado assunto em uma data precisa seja por autores, instituições ou difundidos por um periódico científico, proporcionando, assim, a computação dos dados para confrontar os elementos presentes em referências bibliográficas das publicações.

3 METODOLOGIA

O referido artigo foi desenvolvido mantendo como foco o florescimento de um estudo de análise bibliométrica com levantamento das produções científicas sobre o tema economia criativa, sendo efetuada uma pesquisa nos artigos publicados nos anais do EnANPAD e no portal de periódicos SPELL entre os anos de 2010 a 2015.

Perpassando por outras áreas do conhecimento tais como: economia, cultura, sociologia, empreendedorismo e capital intelectual, aparentemente não houve uma preocupação imediata da aplicabilidade prática e sim o fornecimento de embasamentos teóricos que sustentaram o aprimoramento do conhecimento sobre o tema em questão (HUSSEY, 2005).

Com relação à abordagem da pesquisa, tem por característica, o método quantitativo, onde se fez ne-

cessário realizar um levantamento numérico acerca das referências bibliográficas com a temática da economia criativa. “O método utilizado a princípio representa a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitando distorções de análise e interpretação e possibilitando consequentemente uma margem de segurança quanto às inferências” (RICHARDSON, 2009, p. 29 *apud* BIANCHI; SILVA; GELATTI, 2009).

O objetivo da pesquisa foi realizado de forma descritiva. Para GIL (2008, p. 23), a pesquisa descritiva, por ser um tipo de pesquisa muito específica, quase sempre assume a forma de um estudo de caso.

Os métodos ou os processos que se seguiram para chegar ao resultado final se deram por meio de um levantamento bibliográfico que, conforme GIL (2010), está vinculado a materiais já existentes, tais como: livros, artigos, dissertações, periódicos, anais, documentos, correspondendo assim, a uma base de dados secundários consistindo no embasamento teórico a partir de fontes de pesquisas e ou materiais publicados.

3.2 COLETA DE DADOS EnANPAD E SPELL

A coleta de dados ocorreu por meio dos artigos publicados na área da economia criativa, tendo como base de dados dos anais do EnANPAD e do portal de periódicos SPELL no período de 2010 a 2015 com relevância na área da “economia criativa”.

Quanto aos procedimentos, foi realizado um estudo bibliométrico, que conforme MONTEIRO et al (2011) serve para realizar um levantamento sobre determinado tema pesquisado num dado momento, classificando a produção do conhecimento científico, através de dados quantitativos, identificando e avaliando o estudo.

Quanto à abordagem, foi realizado um estudo quantitativo dos dados empíricos. Tendo em vista que, ao longo do percurso, ocorreu um embasamento teórico e científico a respeito da bibliografia relativa ao assunto. Facilitando a interpretação e análise dos dados, através de representações em gráficos e planilhas, já que os trabalhos voltados para a temática da economia criativa têm aumentado de modo que não podemos negar a sua importância e valor para o meio acadêmico como é demonstrado no quadro 1.

Quadro 1 – Quantidade e tipos de referências bibliográficas sobre economia criativa contidas nos artigos do EnANPAD entre 2010 – 2015.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Congresso EnANPAD	0	0	1	2	2	1	6

XXVIII Simpósio da Gestão da Inovação Tecnológica	0	0	0	0	1	0	1
Total	0	0	1	2	3	1	7

Fonte: Autor, 2016.

A abordagem se deu por um estudo quantitativo dos dados empíricos. Tendo em vista que seu percurso ocorreu um embasamento teórico e científico a respeito da bibliografia relativa ao assunto. Com o propósito de facilitar a interpretação e análise dos dados através de representações em gráficos e planilhas, já que os trabalhos voltados para a temática da economia criativa têm aumentado, de modo que não podemos negar a sua importância e valor para o meio acadêmico, como é demonstrado no quadro 2.

Quadro 2 – Quantidade e tipos de referências bibliográficas sobre economia criativa contidas nos periódicos do SPELL entre 2010 – 2015.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Revista OES UFBA	1	0	0	0	0	0	1
Revista de negócios	1	0	0	0	0	0	1
Revista Eletrônica de Ciência Administrativa RECADM	0	0	0	1	0	0	1
Future Studies Research Journal	0	0	0	1	0	0	1
Revista Contabilidade & Finanças - USP	0	0	0	1	0	0	1
Revista Pensamento Contemporâneo em administração	0	0	0	0	1	0	1
Revista Administração e Inovação	0	0	0	0	1	0	1
Revista Eletrônica de Negócios Internacionais	0	0	0	0	0	1	1
Revista Universo Contábil FURB	0	0	0	0	0	1	1
Organizações rurais & agroindustriais	1	0	0	0	0	0	1
Artigo Significado do Trabalho nas Industrias Criativas	0	1	0	0	0	0	1
XXVI encontro da ANPAD	0	0	1	0	0	0	1
Periódico Perspectivas em Gestão & Conhecimento UFPB	0	0	0	0	1	0	1
CADERNOS EBAPE.BR	0	1	0	0	0	0	1
Profuturo: Programa De Estudos Do Futuro	0	0	0	1	1	0	2
Total	3	2	1	4	4	2	16

Fonte: Autor, 2016.

Os quadros 1 e 2 apresentam as quantidades de publicações, tanto pelo EnANPAD como também pela plataforma do SPELL entre os anos de 2010 a 2015, sendo que as 23 referências encontradas foram divididas quanto ao seu tipo: artigos em congresso, simpósio, artigos em revista, organizações rurais & agroindustriais, artigos em periódicos, caderno EBAPE.BR e outros; as tabelas também mostram as quantidades que apareceram em cada ano. Logo se percebe que os números de referências em revistas dentro desses períodos estiveram com uma quantidade bastante elevada em relação aos demais, levando em consideração a acessibilidade das pessoas ao mundo tecnológico.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

As informações foram coletadas por meio do acesso eletrônico dos periódicos, mais especificamente nos portais do EnANPAD e do SPELL, nas publicações realizadas entre o período de 2010 até 2015. Podemos averiguar o percurso da pesquisa realizada nos quadros a seguir:

Quadro 3 – EnANPAD Subáreas mais comuns/SPELL Subáreas mais comuns

Área	Quantidade	Área	Quantidade
Contabilidade	0	Contabilidade	2
Empreendedorismo	4	Empreendedorismo	5
Humor	1	Humor	1
Marketing	0	Marketing	1
Música Gospel	1	Música Gospel	0
Periódico	0	Periódico	1

Políticas Públicas	0	Políticas Públicas	1
Produção Artesanal	1	Produção Artesanal	2
Sistema De Informação	0	Sistema De Informação	3
Total	7	Total	16

Fonte: Autor, 2016.

Observam-se, no quadro 3, as subáreas mais comuns em que ocorreram publicações, como, por exemplo, nos periódicos na EnANPAD, que obtiveram quatro trabalhos na área do empreendedorismo, seguidos pelas subáreas do humor, música gospel e a produção artesanal, em que cada uma obteve uma única publicação. Nos periódicos do SPELL foram encontrados cinco publicações na área do empreendedorismo; três na área de sistema de informação, duas em contabilidade, duas em produção artesanal; e nas áreas do humor, marketing, periódico e políticas públicas, cada uma dessas com uma única publicação.

Quadro 4 – Autores mais citados 2010 a 2015 EnANPAD

Autores	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total de artigos
ALMEIDA, S. DE L.	0	0	0	2	0	0	2
BENDASSOLLI, P. F	0	0	0	0	3	2	5
BROWN	0	0	0	0	2	0	2
DIMAGGIO, PAUL J.	2	0	0	0	0	0	2
FLORIDA, RICHARD;	0	0	0	0	2	0	2
MACHADO-DA-SILVA, C. L	2	0	0	2	0	0	4
OVIATT, B. M	0	0	0	0	3	0	3
REIS, ANA CARLA FONSECA	0	0	0	0	2	2	4
ZAHRA, S. A	0	0	0	0	3	0	3
Total geral de artigos							27

Fonte: Autor, 2016.

Por meio do quadro, 4 observa-se que os autores mais citados respectivamente foram BENDASSOLLI, P. F, com cinco citações em artigos, MACHADO-DA-SILVA, C. L e REIS, ANA CARLA FONSECA, cada um com quatro citações, seguido de OVIATT, B. M e ZAHRA, S. A, onde cada um obteve três publicações em artigos.

Quadro 5 – Autores mais citados 2010 a 2015 SPELL

Autores	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total de artigos
ALPER, N. O;	0	2	0	0	0	0	2
AMAT, O	0	0	0	5	0	0	5
ANSOFF, I.	0	0	0	2	0	0	2
BARLACH, L.	0	0	0	3	0	0	3
BORGES, L;	0	2	0	0	0	0	2
BOURDIEU, P.	2	0	0	0	0	0	2
BRIEF, A. P.	0	2	0	0	0	0	2
BUSCATTO, M.	0	2	0	0	0	0	2
CAVES, R. E	0	2	0	0	3	0	5

DAY, G. S.	0	0	0	2	0	0	2
DANTAS, J. A	0	0	0	0	0	2	2
DEMSKI, J	0	0	0	0	0	2	2
DIMAGGIO, PAUL J.	0	0	2	0	0	0	2
FILER, R. K.	0	2	0	0	0	0	2
FIRJAN	0	0	0	0	3	0	3
FLORIDA .R	0	0	0	0	2	0	2
GALENSON, D.	0	2	0	0	0	0	2
GOUILLART, F	0	0	0	0	0	2	2
HARTLEY, J	0	0	0	0	2	0	2
HEINICH, N.	2	0	0	0	0	0	2
HOWKINS, J	0	0	0	0	3	0	3
HREBINIAK, L. G.	0	0	0	2	0	0	2
JONES, C.	2	0	0	0	0	0	2
KONG, L.	0	0	0	0	2	0	2
LASTRE, H. M. M	0	0	0	0	2	0	2
LIN, N.	2	0	0	0	0	0	2
MACHADO-DA-SILVA, C. L.	0	0	2	0	0	0	2
MENGER, P.-M	3	5	0	0	0	0	8
MIGUEZ, P.	0	0	0	0	3	0	3
MINTZBERG, H	0	0	0	6	0	0	6
MORIN, E	0	6	0	0	0	0	6
NELSON, R	0	0	0	0	2	0	2
NONAKA, IKUJIRO.	3	0	0	0	0	0	3
PIERCY, N. F.	0	0	0	2	0	0	2
PORTER, M. E.	0	0	0	2	0	0	2
QUINTANILLA, S. A. R;	0	2	0	0	0	0	2
RAMASWAMY, V	0	0	0	0	0	2	2
REIS, A. C. F.	0	0	0	2	2	0	4
RONEN, J	0	0	0	0	0	2	2
ROUSSEAU, D. M.	2	0	0	0	0	0	2
SHORTHOSE, J;	2	0	0	0	0	0	2
SLATER, S. F.,	0	0	0	2	0	0	2
THROSBY, D.	2	0	0	0	0	0	2
THROSBY, D.	0	2	0	0	0	0	2
Total geral de artigos							115

Fonte: Autor, 2016.

No quadro 5, podemos observar que MENGER, P.-M obteve oito citações em artigos, seguido de MINTZBERG, H e MORIN, E cada um com seis citações; CAVES, R. E e AMAT, Cada um com cinco publicações. É importante enfatizar que existem outras contribuições de autores importantes como, por exemplo: FLORIDA R. e ROUSSEAU D.M, estes poucas vezes foram citados, apesar das grandes contribuições em publicações de livros e estudos em mestrados e doutorados.

O presente artigo também apresenta as universidades e os estados com os maiores números de representações entre os anos 2010 a 2015. Para exemplificar, fez-se necessária a construção dos quadros 5 e 6, onde se mostram os artigos com mais números de publicações.

Quadro 6 – Principais publicações por Universidades e Estados – EnANPAD de 2010 a 2015

Universidades	Estados	Quantidade de publicações	Ano da publicação
*	*	0	2010
*	*	0	2011
UFC	CE	1	2012
UFC	CE	1	2013
UFPE	PE	1	2013
PUCRS	RS	1	2014
UFRJ	RJ	1	2015

Fonte: Autor, 2016.

Observa-se no quadro 6 que a UFC, no estado do Ceará, aparece em dois artigos, sendo um no ano de 2012 e o outro em 2013, seguida das universidades UFPE do estado de Pernambuco, PUCRS do estado do Rio Grande do Sul e UFRJ do Rio de Janeiro, cada uma com uma publicação.

Quadro 7 – Principais publicações por Universidades e Estados– SPELL de 2010 a 2015

Universidades	Estados	Quantidade de publicações	Ano da publicação
UFBA	BA	1	2010
Universidade Regional de Blumenau	SC	1	2010
Universidade Federal de Minas Gerais	MG	1	2010
UFRJ	RJ	1	2011
UFC	CE	1	2012
USP	SP	1	2013
UFRS	RS	1	2013
Universidade Federal de Sergipe	SE	1	2014
UFPB	PB	1	2014
USP	SP	1	2014
UFABC	SP	1	2014
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo	SP	1	2015
FURB, Blumenau	SC	1	2015

Fonte: Autor, 2016.

No quadro, 7 podemos notar que a USP, no estado de São Paulo, é mencionada em dois artigos, sendo um no ano de 2013 e depois em 2014. As demais Universidades aparecerem em apenas um artigo, cada sendo que

essas instituições de ensino se encontram nas regiões Nordeste (Bahia, Ceará, Paraíba e Sergipe), Sudeste (Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo) e a região Sul (Rio Grande do Sul e Santa Catarina). Com isso, podemos observar uma carência nas regiões como Centro Oeste e Norte.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como resultado deste estudo, conclui-se que os pontos obtidos, por meio da bibliometria, permitiram identificar, acompanhar e relacionar a evolução das produtividades científicas acadêmicas existentes no campo da economia criativa de 2010 a 2015. As áreas de empreendedorismo, produção artesanal e sistema de informação vêm sendo, cada vez mais, aplicadas na busca de impulsionar, disseminar e até mesmo divulgar a importância e as vantagens dessa nova prática.

A partir das análises dos quadros, conclui-se que as publicações estão acompanhando a evolução da Economia Criativa, principalmente com o quantitativo de publicações e estudos realizados em determinados períodos.

Uma das finalidades desde artigo é o de investigar o que a literatura está proporcionando dentro da temática, com a finalidade de apresentar ideias que tenham a aplicabilidade nas mais diversas áreas. Isso demonstra, portanto, a importância do “*Feedback*” entre colaboradores e gestores, salientando também a importância de trabalhos motivacionais, de divulgação e de conscientização para o despertar da prática da Economia Criativa, que favoreçam o florescimento de ideias e práticas, principalmente dentro da comunidade.

Com isso, pode-se concluir que este estudo contribui para uma percepção e análise da evolução do quantitativo já produzido, evidenciando suas diversas relações com a ciência e tipos de conhecimentos científicos empregados. Desse modo, para a academia, espera-se que o presente estudo possa colaborar para o desenvolvimento de futuras pesquisas e de um número cada vez mais significativo de estudiosos interessados na área.

REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, S.; PIRES, V. S. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. **Perspect. ciênc.inf.**, Belo Horizonte, v.17, n.2, jun. 2007.
- ALMEIDA, A. S.; TEIXEIRA, R. M.; LUFT, M. C. M. S. Mapeando a produção científica sobre economia criativa em periódicos nacionais e internacionais de 2000 a 2013. **Pensamentos Contemporâneos em Administração**, Rio de Janeiro, v. 8, n.4, p.23-47, set. 2014.
- ARAÚJO, C. A. Bibliometria: Evolução história e questões atuais. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-32, jan./jun. 2006.
- BARDI, L. B. Architettura e natura, la casa nel paesaggio. **Domus**, n.191, nov. 1943. p. 464.
- BENDASSOLLI, P. F.; WOOD JUNIOR, T.; KIRSCHBAUM, C.; CUNHA, M. Pina e. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de administração de empresas**, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, v.49, n.1, 2009.
- BIANCHI, M.; SILVA, C. V. da; GELATTI, R. A evolução e o perfil da governança corporativa no Brasil: um levantamento da produção científica do ENANPAD entre 1999-2008. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 33., 2009, São Paulo (SP). **Anais...** São Paulo: EnANPAD, 2009.
- BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL - BNDES. **Setorial 30**. Rio de Janeiro: BNDS, [200-?]. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndespt/Galerias/Arquivos/conhecimento/bnset/set3007.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2016.
- BOURDIEU, P. **Poder simbólico**. 12. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Discurso de posse da ministra da cultura Ana Hollanda**. Brasília: MinC, 2013. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/discursos/-/asset_publisher/DmSRak0YtQfY/content/discurso-de-posse-da-ministra-da-cultura-ana-de-hollanda-410921/10883>. Acesso em: 28 jan. 2016.
- BRASILEIRO FILHO, I. de O. **Estado de graça: o humor cearense como dimensão da economia criativa e em prol do desenvolvimento local**. 2010. 84 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2016.
- BRÍGIDO, J. **O Ceará – lado cômico**. Fortaleza: Editor Louis C. Cholowiecki, 1900.
- CABRAL, A. C. A.; OLIVEIRA, P. G. G.; FREITAS FILHO, W. B.; SANTOS, S. M. dos. Economia criativa na produção científica brasileira em administração: Mapeamento bibliométrico nas bases ANPAD, CAPES e SPELL. In: CONGRESSO IFBAE, 8., 2015, Gramado (RS). **Anais...** Gramado: IFBAE, 2015. Disponível em: <<http://www.ifbae.com.br/congresso8/pdf/B177.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2015.
- CAVES, R. E. **Creative industries: contracts between art and commerce**. Cambridge: Harvard University Press, 2001.

- COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- COSTA, F. L. da. **Calha Norte: modelo de gestão e co-operação institucional**. Manaus: Fundação Getulio Vargas/Instituto Superior de Administração e Economia da Amazônia (Isae), 2006.
- DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam seu capital intelectual**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- DEHEINZELIN, L. Economia criativa e empreendedorismo cultural. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 2., 2006, Salvador (BA). **Anais...** Salvador, BA: UFBA, 2006. Disponível em: <http://laladeheinzelin.com.br/wp-content/uploads/2010/07/2005-eneacult-_economia-criativa-e-empreendedorismrismo-cultural.pdf>. Acesso em: 04 out. 2015.
- DUARTE, M. de F.; SILVA, A. L. A experimentação do risco na carreira criativa: O caso de mestres da cultura do artesanato cearense. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Campo Largo – PR, v. 12, n. 2, p. 22 – 38, ago. 2013.
- FERREIRA, A. G. C. Bibliometria na avaliação de periódicos científicos. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**. Paraíba, ISSN: 1981-0695. Disponível em: <http://dgz.org.br/jun10/Art_05.htm>. Acesso em: 01 nov. 2015.
- FLORIDA, R. **The flight of the creative class**. New York: Harper Business, 2005.
- GASPAR, M. A. Gestão da criação de conhecimento na indústria criativa de Software. **Revista de Negócios**, ISSN 1980-4431, Blumenau, v. 14, n. 4 p. 28- 42, out. 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- _____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- GUEDES, V.; BORSCHIVER, S. Bibliometria: uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. In: CINFORM – Encontro Nacional de Ciência da Informação, 6., 2005, Salvador. **Anais...** Salvador: ICI/UFBA, 2005.
- HUSSEY, R.; COLLIS, J. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- KLEINUBING, L. da S. Análise bibliométria da produção científica em gestão da informação na base de dados lisa. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas – SP , v.8, n. 1, p. 01-11, julho. 2010.
- KOBASHI, N. Y.; SANTOS, R. N. M. Arqueologia do trabalho imaterial: uma aplicação bibliométrica à análise de dissertações e teses. **Enc. Bibli. R. Eletr. Bibliotecon. Ci. Inf.**, Florianópolis, n. esp., 1º sem. 2008.
- JUSBRASIL. **Secretário da cultura destaca ações em prol do humor**. [s. l.]: Jusbrasil, 2009.
- LIMA, E. C. **Planejamento ambiental como subsídio para gestão ambiental da bacia de drenagem do açude Paulo Sarasate Varjota-Ceará**. 2012. 202 f. Tese (Doutorado em Geografia). Departamento de Geografia, Centro de Ciências, Universidade Federal do Ceará – UFC, Fortaleza, 2016.
- MACÍAS-CHAPULA, C. A. O papel da infometria e da cientometria e sua perspectiva nacional e internacional. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 27, n. 2, p. 134-140, maio/ago. 1998.
- BARBA, B. M. **Los Indicadores Bibliométricos: fundamentos y aplicación al análisis de la ciencia**. Gijón: Ediciones Trea, 2003
- MATOS, T. **Vaiando o sol**. Fortaleza: Livro Técnico Tupyniquim, 2000.
- MEADOWS, A. J. **A comunicação científica**. Brasília: Briquet de Lemos Livros, 1999. 268 p.
- MONTEIRO, J. E. R.; SILVA, G. I. S. da; PETER, M. da G. A.; MACHADO, M. V. V. Ética e Contabilidade: Estudo Bibliométrico das publicações dos anais do ENANPAD na primeira década do Século XXI. Seminário em Administração – SemeAd, 14., 2011, Santa Maria (RS). **Anais...** Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2011. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/14semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=1015>. Acesso em: 16 jan. 2016.
- NEWBIGIN, J. **A Economia Criativa: um guia introdutório**. London: British Council, 2010.
- PIRES, V. S.; ALBAGLI, S. Estratégias empresariais, dinâmicas informacionais e identidade de marca na economia criativa. **Perspect. ciênc.inf.**, Belo Horizonte, v.17, n.2, Jun 2007.
- PRITCHARD, A. Statistical bibliography or bibliometrics? **Journal of Documentation**, [s. l.], v. 25, n.4, p. 348-349, dec. 1969.
- REIS, A. C. F.; KAGEYAMA, P. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011.

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DO CEARÁ. **Revela Ceará Jovem ano de 2009**. Fortaleza (CE): SECULT, 2011.

SERRA, R.; FERNANDES, R. S. Economia criativa: da discussão do conceito à formulação de políticas públicas. **Economia Criativa**, São Paulo, v. 11, n. 4, p. 355-372, dez. 2014.

SILVA, G. M.; NEVES, J. A. B. Estruturação organizacional e realidade socioeconômica: O caso da indústria criativa minero-artesanal em três municípios de Minas Gerais. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 13, n. 1, p. 53-62, mar. 2011.

SILVA, M. **Humor, vergonha e decoro na cidade de Fortaleza (1850-1890)**. Fortaleza: Museu do Ceará; SECULT, 2009.

SOUSA, F. L. **Clima organizacional**: Um estudo bibliométrico dos artigos publicados nos anais do EnANPAD de 2007 a 2011. Picos (PI): UFPI, 2013. Disponível em: <[http://www.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/TCC%20PRONTO%20%20EM%20PDF\(2\).pdf](http://www.ufpi.br/subsiteFiles/admpicos/arquivos/files/TCC%20PRONTO%20%20EM%20PDF(2).pdf)>. Acesso em: 28 out. 2015

SPELL Biblioteca eletrônica. **Artigos publicados na área da economia criativa entre 2010 e 2015**. [s.l.]: Speel, 2012. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/>>. Acesso em: 27 out. 2015.

UNESCO. **Creative economy**: report 2010. Nova York: United Nation, 2010.

VANTI, N. A. P. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 31, n. 2, p. 152-162, maio/ago. 2002.

SOBRE OS AUTORES

Francisco Laurêncio Rodrigues da Silva

Gestor de Recursos Humanos da empresa Aniger Calçados Nordeste Ltda, bacharel em Administração e especialização em andamento em Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria, ambos pelo Centro Universitário Católica de Quixadá e técnico em radiologia pela Faculdade de Quixeramobim-UNIQ.

E-mail: eec-@hotmail.com

Daniel Paiva Mendes

Mestrando em Administração - Universidade Estadual do Ceará – UECE; Especialização em Docência na Educação Profissional nos Níveis Básico e Técnico – IFCE; Especialização em Gestão Pública - UECE; MBA em Gestão Financeira e Controladoria - Centro Universitário Estácio do Ceará – Estácio FIC; Bacharel em Administração de Empresas – UVA; Professor Universitário – Centro Universitário Católica de Quixadá – UNICATÓLICA.

E-mail: daniel.pamendes@gmail.com

Douglas Willyam Rodrigues Gomes

Mestre em Planejamento e Políticas Públicas (UECE); Bacharel em Ciências Contábeis (UECE); Bacharel em Administração (UFC); Especialista em Segurança Pública e Defesa Civil (UFC/Fametro); Especialista em Gestão Pública (UECE); Professor universitário, Coordenador dos cursos Ciências Contábeis do Centro Universitário Católica de Quixadá – UNICATÓLICA.

E-mail: douglasgomes@unicatolicaquixada.edu.br

Elane Maria de Castro Coutinho

Graduação em Agronomia e Mestrado em Economia Rural, ambas pela UFC. Professora do Centro Universitário Católica de Quixadá e Faculdade Maurício de Nassau.

E-mail: elanecoutinho@unicatolicaquixada.edu.br

Marcos James Chaves Bessa

Mestrado em Administração, bacharel em direito e administração, ambos pela Universidade de Fortaleza – Unifor; Professor universitário, coordenador do cursos de Administração e diretor de Marketing do Centro Universitário Católica de Quixadá – UNICATÓLICA.

E-mail: marcosjames@unicatolicaquixada.edu.br